

## ABSTRAK

**Tony Sepriyanto Kurniawan** (01015190030)

### **PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *E-WOM* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI *DEPT STORE***

(74 halaman, 3 gambar, 11 tabel)

Penelitian ini adalah untuk memeriksa dampak *digital marketing*, *E-WOM*, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Matahari *Dept Store*. Pada zaman *digital* sekarang, taktik pemasaran yang berhasil serta citra positif memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 272 responden. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi berganda dalam analisis data. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa *digital marketing* dan *E-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara kualitas layanan juga memiliki kontribusi yang signifikan. Sehingga dapat memberikan wawasan bagi manajemen Matahari *Dept Store* untuk meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan guna mendorong keputusan pembelian yang lebih baik. Arti penting dari studi ini juga bisa digunakan sebagai pedoman bagi pengecer lain dalam menggunakan pemasaran digital dan *E-WOM* untuk menarik perhatian pelanggan.

**Kata kunci:** *digital marketing*, *E-WOM*, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, matahari *dept store*

**Referensi:** 123 (1988 – 2023)